România are un potenţial foarte mare de dezvoltare în sectorul IT, însă se clasează deocamdată pe ultimul loc în Uniunea Europeană în ceea ce priveşte gradul de digitalizare, arată o analiză PwC

Specialiştii PwC propun o serie de recomandări pentru creşterea gradului de digitalizare al României.

România se clasează pe locul 28 în Uniunea Europeană în ceea ce priveşte indicele DESI- Digital Economic and Society Index, calculat de Comisia Europeană, însă are un potenţial foarte mare de dezvoltare în acest domeniu, arată o analiză PwC, dată publicităţii cu ocazia conferinţei Digital Romania Forum.

„Nouă românilor ne place să ne mândrim cu vitezele excepţionale ale serviciilor noaste de bandă largă de mare viteză, cu calitatea specialiştilor IT, care sunt foarte căutaţi de către marii jucători globali din domeniul tehnologiei, şi cu invenţiile şi aplicaţiile IT lansate în România. Însă privită la nivel statistic, performanţa ţării noastre în ceea ce priveşte digitalizarea este mai degrabă modestă. Mai avem încă multe de făcut pentru a beneficia cu adevărat de a patra revoluţie industrială, cea digitală, iar analiza PwC a venit cu o serie de recomandări pentru a valorifica la maximum potenţialul ţării”, a declarat **Ionuţ Simion, Country Managing Partner, PwC România, coordonatorul acestui studiu**.

Deşi performanţele României sunt excepționale cu privire la abonamentele la servicii de bandă largă de mare viteză (locul 2 în Uniunea Europeană) şi cu privire la prețul relativ raportat la venit pentru serviciile fixe de bandă largă (locul 10), ţara noastră se clasează pe locul 22 din 28 de state membre în ceea ce priveşte conectivitatea, având de recuperat în ceea ce priveşte acoperirea serviciilor de telefonie fixă de bandă largă, precum şi în ceea ce priveşte acoperirea serviciilor mobile 4G.

În ceea ce priveşte utilizarea internetului de către cetăţeni, România se situează pe ultimul loc în Uniunea Europeană („UE”). Deși rețelele de socializare şi apelurile video sunt utilizate tot mai frecvent, românii manifestă reticenţă în ceea ce priveşte tranzacţiile şi serviciile bancare online. Astfel, doar 12% din populaţia ţării face achiziţii online, iar 90% din volumul comenzilor plasate online au fost achitate cu numerar la livrare.

La nivel de ţară, se observă o întârziere şi în ceea ce privește integrarea tehnologiei digitale în afaceri, chiar dacă au fost înregistrate unele progrese. Astfel, a crescut ponderea firmelor din România care utilizează platformele de socializare (8%). În schimb, doar 7% dintre IMM-uri îşi vând produsele folosind platforme online, vânzările online reprezentând doar 4,3% din cifra de afaceri a acestor companii. În România însă doar 7% din volumul vânzărilor totale se fac online, mai puţin de jumătate faţă de media UE (16%).

În ceea ce priveşte capitalul uman, România se situează pe ultimul loc în UE, dar a înregistrat progrese comparativ cu anul trecut, în special în ceea ce priveşte numărul persoanelor care accesează mediul online (56%), nivelul competențelor digitale şi numărul de specialiști în Tehnologia Informațiilor și a Comunicațiilor („TIC”) (1.9%).

„*Trebuie totuşi spus că România beneficiază de un număr mare*

de absolvenți în domeniul științei, tehnologiei, matematicii şi ingineriei, 1,6 % dintre românii cu vârste între 20 şi 29 de ani având astfel de specializări. Deși acest nivel este în scădere faţă de anii trecuţi, este apropiat de media UE. Prin urmare, vorbim totuşi de un număr destul de mare de specialişti în domeniul ştiinţei şi tehnologiei, care reprezintă un avantaj competitiv al României în atragerea de investiţii în sectorul IT&C", a precizat **Andreea Mitiriţă, Director, Consultanţă Fiscală, unul dintre autorii studiului**.

În fine, tot pe ultimul loc se clasează România şi în privinţa prestării de servicii publice în sfera digitală. Totuşi, în ultimul an, s-au înregistrat progrese comparativ cu anul anterior în ceea ce privește furnizarea serviciilor publice digitale, prin creșterea numărului de servicii care pot fi efectuate online și prin pre-completarea automată a formularelor pentru cetățeni. În plus, România a progresat și în ceea ce privește promovarea politicilor privind „open data".

Potrivit unei analize realizate de PwC, în parteneriat cu Centrul de Studii Economice Europene (ZEW) şi Universitatea din Mannheim, în privinţa nivelului de impozitare a domeniului digital, România se situează printre ţările cu o rată de impozitare favorabilă (locul 8 din 33 de economii analizate la nivel global), dar costul capitalului, pentru acest sector, este relativ ridicat (locul 16 din 33).

O altă analiză, efectuată de Organizaţia Naţiunilor Unite, clasează România pe locul 75 din 193 de economii din întreaga lume privind eficienţa e-guvernării.

„România ar trebui să se inspire din modelele de bune practici în domeniul digitalizării întâlnite în Uniunea Europeană. Un bun exemplu în acest sens îl reprezintă Estonia, care a dezvoltat un adevărat ecosistem de servicii digitale sigure şi o infrastructură inteligentă, ceea ce a dus şi la stimularea dezvoltării sectorului IT&C şi a start-up-urilor din domeniul

tehnologiei informaţiei”, a adăugat **Ionuţ Simion**.

În vederea maximizării potenţialului României în sectorul digital, analiza PwC recomandă adoptarea câtorva măsuri cuprinse şi în Strategia Naţională pentru Agenda Digitală:

Pentru îmbunătăţirea conectivităţii:

- Investiții în infrastructura inteligentă care să permită construirea ecosistemului de servicii digitale;
- Crearea unui forum privind banda largă;
- Încurajarea unei abordări locale;
- Facilități fiscale sau subvenții pentru a încuraja achiziționarea de abonamente în bandă largă.

Pentru dezvoltarea competenţelor digitale ale capitalului uman:

- Introducerea mai multor materii privind tehnologia informaţiei în curicula școlară.
- Încurajarea participării la Open Education Europa;
- Organizarea de campanii de promovare (awareness-raising), ajutor pentru formare și acordarea de subvenții;
- Încurajarea companiilor din sectorul privat să organizeze cursuri de tip training, internship-uri, workshop-uri pentru elevi/studenți (după modelul Atelierul Digital – Google);

Pentru îmbunătăţirea utilizării internetului:

- Actualizarea legislației privind comerțul electronic;
- Promovarea serviciilor bancare online;
- Transpunerea inițiativelor UE referitoare la securitatea cibernetică;

- Lansarea unui certificat de tip Trustmark.

Integrarea tehnologiei digitale:

- Definirea unei strategii pentru digitalizarea industriei;
- Încurajarea și susținerea IMM-urilor cu vânzări online şi a comerțului digital transfrontalier;
- Crearea de centre de testare a tehnologiilor;
- Conectarea caselor de marcat la serverele ANAF.

Pentru dezvoltarea serviciilor publice digitale:

- Creșterea numărului de servicii şi soluții e-Gov şi promovarea acestora într-un mod eficient;
- Transpunerea Directivei 2014/55/UE privind facturarea electronică în domeniul achizițiilor publice si extinderea progresivă a domeniului de aplicare și în alte sectoare;
- Depunerea online a tuturor declarațiilor, implementarea unor sisteme electronice de control al TVA si introducerea unui document standardizat pentru auditul fiscal – SAFT.

Despre studiul PwC privind gradul de „digitalizare” al României

Studiul PwC își propune să analizeze stadiul de “digitalizare” al României, pornind de la valorile atribuite țării noastre în cadrul Indicelui privind economia și societatea digitală (DESI), Indicelui digital fiscal, Studiului E-government pregătit de Organizaţia Națiunilor Unite, dar și având în vedere evoluția industriei IT și piața comerțului electronic (e-commerce).

Scopul acestei analize a fost de a identifica mecanisme de îmbunătățire a celor 5 indicatori DESI (conectivitate, capital uman, utilizarea internetului, integrarea tehnologiei digitale și servicii publice digitale) pornind de la Agenda

digitală a Uniunii Europene, de la Strategia Națională a României, și analizând totodată experiența și măsurile întreprinse de statele membre ale UE.